

## Presseinformation

Willkommen in der Zukunft

## **BSH präsentiert neue Arbeitgebermarke, um Talente von Morgen zu finden**

- **BSH präsentiert neuen Arbeitgeberauftritt mit Mitarbeitern als Botschafter**
- **„Tomorrow is our home“ als Claim, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein**
- **Weltweit Experten für Entwicklung digitaler Technologien gesucht**

**München, 24. Oktober 2017 (bsh) – Unter dem Motto „Tomorrow is our home“ hat die BSH Hausgeräte Gruppe ihren Arbeitgeberauftritt komplett neu aufgesetzt. Eigene Mitarbeiter agieren nun als Markenbotschafter für das Unternehmen. Während die BSH bisher vor allem für Bewerber aus dem Ingenieurbereich ein Begriff war, will sie sich unter anderem verstärkt bei Experten aus der Digitalbranche etablieren. Die BSH bietet zahlreiche offene Stellen in unterschiedlichen Funktionsbereichen an – von Software-Entwicklung für Internet-of-Things-Produkte über Digitales Marketing bis hin zu eCommerce. Allein in Deutschland finden Bewerber bei der BSH in 2017 über 50 Stellen in diesen Bereichen.**

„Wir suchen Menschen voller Ideen, die das vernetzte Zuhause von morgen mitgestalten wollen“, erklärt Marion Weissenbach, die gemeinsam mit ihrem Team das globale Employer Branding verantwortet. Seit 50 Jahren steht die BSH für Zuverlässigkeit und Qualität. Mit innovativen, digitalen Lösungen hat es sich die BSH zum Ziel gesetzt, die Lebensqualität der Menschen zu verbessern. Und dafür werden die entsprechenden Mitarbeiter gesucht. Zum Beispiel bei der Entwicklung von intelligenten, sprachgesteuerten Küchenassistenten oder vernetzten Hausgeräten. „Der Wettbewerb um die am besten geeigneten Mitarbeiter ist stark wie nie. Wir wollen Mitarbeiter für uns gewinnen und langfristig dafür begeistern, das Zuhause der Menschen mit innovativen Produkten und Lösungen zu prägen und damit den Erfolg der BSH zu sichern“, erklärt Weissenbach weiter.

Dafür wurde der Arbeitgeberauftritt so konzipiert, dass er zwar global konsistent ist, aber Ländern und Regionen die nötige Freiheit zur Anpassung auf die individuellen Anforderungen bietet. Zudem erfolgt die Ansprache nun zielgruppenspezifisch. Über allem steht der Claim „Tomorrow is our home“ sowie eine emotionale und persönliche Ansprache durch BSH-Mitarbeiter. „Wichtig ist, dass wir als zukunftsorientiertes und digitales Unternehmen Bewerber auf die BSH aufmerksam und ihnen Appetit machen, sich zu bewerben. Mit der neu definierten Arbeitgebermarke setzt die BSH ein Signal im Sinne einer klaren Positionierung und möchte für sich begeistern.“

Bei einer aktuellen Befragung des Marktforschungs- und Beratungsunternehmens trendence unter Young Professionals zählt die BSH zu den gefragtesten Arbeitgebern. In der Branche „Elektrotechnik und Elektronik“ belegt sie Rang 16, in der Konsumgüter-Branche sogar Platz 5 der beliebtesten Arbeitgeber. Auch auf internationaler Ebene konnte sich die BSH in diesem Jahr über „Top Employer“ Auszeichnungen in insgesamt 15 Ländern freuen.

Für weitere Informationen besuchen Sie gerne unser Karriereportal unter <https://www.bsh-group.com/de/karriere/>.

Die BSH Hausgeräte GmbH ist mit einem Umsatz von rund 13,1 Mrd. Euro im Jahr 2016 und mehr als 58.000 Mitarbeitern ein weltweit führendes Unternehmen der Hausgerätebranche. Die BSH produziert in rund 40 Fabriken und ist mit über 80 Gesellschaften in circa 50 Ländern vertreten.

Die BSH ist ein Unternehmen der Bosch Gruppe.

Weitere Informationen unter [www.bsh-group.de](http://www.bsh-group.de).

Kontakt für Journalistenfragen:  
BSH Hausgeräte GmbH  
Corporate Communication Region Europe  
Eva Bauerschmidt  
Tel.: +49 (0)89 4590-3441  
E-Mail: [eva.bauerschmidt@bshg.com](mailto:eva.bauerschmidt@bshg.com)